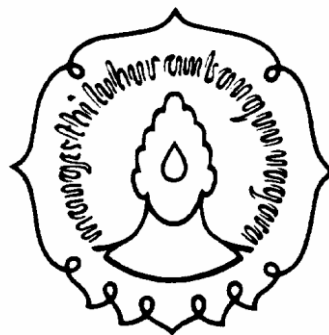


LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PINED WEARHOUSE PERIGEE
MELALUI SOSIAL MEDIA



Disusun Oleh :
EGADEA CANTONA WIBISONO
D1313037

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya (A.Md) Dalam Bidang Komunikasi Terapan

PROGRAM STUDI DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2017

PERSETUJUAN

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PINED WEARHOUSE PERIGEE MELALUI SOSIAL MEDIA

Disusun Oleh :

Nama : Egadea Cantona Wibisono
NIM : D1313037
Konsentrasi : Periklanan

Disetujui Untuk Dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Tugas Akhir Program
Studi Diploma III Komunikasi Terapan
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 13 Juni 2017

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Sri Harnani Widyawati S.E, M. Si

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini Telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Program Studi D III Komunikasi Terapan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Pada Hari :

Tanggal :

Disusun Oleh :

Egadea Cantona Wibisono

D1313037

Tim Penguji	Nama	Tanda tangan
1. Penguji 1	Vivin Sulistyowati, S.E, M.M
2. Penguji 2	Sri Harnani Widyawati, S.E, M.Si

Mengetahui,

Dekan,

Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M. Si.

NIP. 196108251986012001

PERNYATAAN

Nama : Egadea Cantona Wibisono

NIM : D1313037

Konsentrasi : Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul **“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PINED WEARHOUSE PERIGEE MELALUI SOSIAL MEDIA”** adalah betul-betul karya sendiri, hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta, 13 Juni 2017
Yang Membuat Pernyataan,

Egadea Cantona Wibisono

MOTTO

“Sertakan Tuhan dalam setiap usahamu”

Matius 21 : 22

“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya.”

Antoine Griezmann

“When you feel like giving up, remember you held on for so long “

PERSEMBAHAN

1. Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat penyertaan-Nya dan telah memberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran dan kelancaran untuk penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Ariesca Yudha Widayanto, Ibu Carolina Indra Dewi, dan keluarga besar Eyang Budi Raharjo serta Uti Endang Ekurustiyati yang telah mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu.
3. Yang tersayang sahabat-sahabat penulis kelas *Advertising* dan Futsal Fisip UNS yang senantiasa mensupport dan mendoakan penulis sehingga penulis dapat mencapai tahap akhir ini.
4. Yang terkasih keluarga besar Pined Warehouse Perigee yang menemani penulis dari awal kuliah sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dan yang selalu mensupport penulis sehingga penulis dapat sampai tahap akhir ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Berkah serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan Kuliah Kerja Media di Pined Warehouse Perigee divisi *Marketing Promosi* dengan lancar, hingga akhirnya laporan ini dapat selesai dengan tepat waktunya, sebagaimana telah diwajibkan sebagai syarat untuk Tugas Akhir (TA).

Penulis menyadari dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih atas segala bimbingan, pengertian serta bantuan yang telah diberikan. Pada kesempatan ini, rasa terimakasih yang sangat tulus akan penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N., M.Si, selaku Dekan FISIP, Universitas Sebelas Maret.
2. Bp. Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Diploma III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret.
3. Ibu Dra. Hj. Sofiah, M.Si .selaku pembimbing akademik.
4. Ibu Sri Harnani Widyawati S.E, M. Si., selaku pembimbing TA.
5. Sdr. Aditya Pratama Putra, selaku pemilik dan pembimbing penulis selama melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) di Pined Warehouse Perigee – Solo.

6. Sdr. Ds Faqih Triatmaja, selaku teman, pembimbing dan tempat penulis berkeluh kesah selama melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) di Pined Warehouse Perigee – Solo.
7. Seluruh Karyawan di Pined Warehouse Perigee – Solo.
8. Bapak Ariesca Yudha Widayanto dan Ibu Carolina Indra Dewi selaku orang tua penulis.
9. Keluarga besar Bapak Budi Raharjo dan Ibu Endang Ekurustiyati selaku kakek dan nenek penulis.
10. Semua teman-teman Periklanan 2013 A dan keluarga besar Futsal Fisip UNS selaku sahabat seperjuangan penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini, masih banyak sekali kekurangan. Penulis berharap apa yang telah penulis kerjakan masih akan diteruskan, diperbaiki dan dikembangkan dimasa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya, Amin.

Surakarta, 13 Juni 2017

Egadea Cantona Wibisono

DAFTAR ISI

LAPORAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENYETUJUAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
RINGKASAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Kuliah Kerja Media (KKM)	4
C. Manfaat Kuliah Kerja Media (KKM).....	5
D. Tata Laksana Kegiatan	6
BAB II KERANGKA TEORI DAN <i>FOCUS OF INTEREST</i>	7
A. Periklanan Dunia Modern.....	7
B. Branding	10
1. Definisi Branding	10
2. Jenis – Jenis Branding	13
C. Media Digital	15

1. Penjelasan Media Digital	15
2. Jenis Sosial Media.....	17
D. Peranan Marketing Promo di Pined Wearhouse Perigee.....	21
BAB III PROFIL PERUSAHAAN	23
A. Latar Belakang.....	23
1. Sejarah Perusahaan.....	23
2. Deskripsi Logo Pined Wearhouse Perigee.....	25
3. <i>Tagline</i>	28
4. Struktur Organisasi.....	29
B. Sistem Kerja.....	31
C. Sistem Kerja Sama.....	32
D. Data Produk	33
E. Promosi	35
F. <i>Unique Selling Position</i> (USP)	39
G. Target.....	39
H. Kompetitor	40
BAB IV PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA (KKM)	44
A. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM)	44
B. Alur Kerja	44
C. Aplikasi yang Digunakan	47
D. Peralatan Kerja.....	47
E. Tugas Magang	48
F. Kemajuan yang telah Dicapai.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Logo Identity</i> – Pined Wearhouse Perigee	27
Gambar 3.2 <i>Logotype</i> – Pined Wearhouse Perigee	27
Gambar 3.3 Logo dan <i>Logotype</i> – Pined Wearhouse Perigee	28
Gambar 3.4 Konfigurasi <i>Tagline</i> Vertikal – Pined Wearhouse Perigee	29
Gambar 3.5 Konfigurasi <i>Tagline</i> Horizontal – Pined Wearhouse Perigee ..	29
Gambar 3.6 Bagan Struktur Organisasi – Pined Wearhouse Perigee	29
Gambar 3.7 Poster dan <i>Leaflet Event</i> – <i>Clearence Sale</i>	35
Gambar 3.8 Poster dan <i>Leaflet Event</i> – <i>Year and Sale</i>	36
Gambar 3.9 Poster dan Liputan <i>Event</i> – <i>Weekend Theraphy</i>	36
Gambar 3.10 <i>Screen Capture</i> Twitter – Pined Wearhouse Perigee	37
Gambar 3.11 <i>Screen Capture</i> Instagram – Pined Wearhouse Perigee	38
Gambar 3.12 <i>Screen Capture</i> Facebook – Pined Wearhouse Perigee	38
Gambar 3.13 Logo – The Goods Dept	41
Gambar 3.14 Logo – Affairs Yk	42
Gambar 3.15 Logo – Living Space Jogja	43

RINGKASAN

Egadea Cantona Wibisono, D1313037, Periklanan, Perancangan Media Promosi Pined Wearhouse Perigee Melalui Media Sosial, 2017

Pengantar tugas akhir ini berjudul Perancangan Media Promosi Pined Wearhouse Perigee Melalui Media Sosial. Adapun pembahasan yang diambil adalah bagaimana melakukan sebuah aktifitas promosi yang estetik dan kreatif untuk diaplikasikan pada Pined Wearhouse Perigee sebagai sebuah *fashion retail* yang berfokus pada produk-produk pakaian dari *local brand* maupun *local genius* yang berkualitas dan *ready to wear*.

Menghadapi tantangan pasar adalah konsekuensi yang harus dilalui setiap *brand*, sehingga diperlukan sebuah kreatifitas dan *passion* sebagai amunisi tersendiri. Kerjasama antara *retail store* dan *local brands* adalah sinergi tersendiri yang saling mendukung untuk bisa terus eksis dan bertahan di tengah serangan kapital-kapital besar dari *department store* asing yang gencar masuk ke pasar lokal, karena pada dasarnya sebuah *fashion retail* tidak dapat berdiri sendiri, dan sebuah *brand* juga membutuhkan rumah sebagai distributor antara produsen dan konsumen.

Pined Wearhouse Perigee hadir seiring dengan berkembangnya masyarakat kalangan *middle class* di Indonesia yang menuntut hadirnya sebuah *fashion retail* yang berkualitas dan menjual produk-produk karya *local genius* yang memiliki nilai *personal pride* tersendiri. *Premium store* yang berlokasi di Jalan Dr. Radjiman No. 234, Pasar Kembang, Solo ini memiliki 28 *brand* yang ada didalamnya dan sudah dikurasi oleh tim *management* untuk melakukan kerjasama bisnis. Sistem konsinyasi dan beli putus dipilih antara pihak pertama yaitu Pined Wearhouse Perigee dan pihak selanjutnya yaitu *brand* yang masuk atau biasa disebut dengan *tenant*.

Gagasan serta ide baru sangat diperlukan untuk menyusun dan memilih strategi promosi apa yang akan dijalankan oleh perusahaan, baik *offline* maupun *online*. Oleh karena itu dibutuhkan orang-orang kreatif yang ada dibalik layar Pined Wearhouse Perigee untuk tetap menjaga loyalitas konsumen pada perusahaan. Seiring berkembangnya jaman dan majunya teknologi, media sosial diakui atau tidak menjadi sarana informasi yang sangat efektif akhir-akhir ini. Semakin menjamurnya media sosial baru, semakin memudahkan pula untuk melakukan promosi. Namun kejelian sangat dibutuhkan untuk memilih media sosial mana yang akan digunakan, salah memilih bisa berarti info yang sudah disusun tidak dapat tersampaikan dan berujung sia-sia.

Kata Kunci : Kuliah Kerja Media, Periklanan, Media Sosial, Pined Wearhouse Perigee.